

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK
MENGEDUKASI GEN Z TENTANG PERAN *LUXURY BAG*
DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Alicia Dindya Djohan
00000068193**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK
MENGEDUKASI GEN Z TENTANG PERAN *LUXURY BAG*
DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL**



LAPORAN TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual**

**Alicia Dindya Djohan
00000068193**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alicia Dindya Djohan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa ~~Tesis/Skripsi/ Tugas Akhir/Laporan
Magang/MBKM~~ saya yang berjudul:

**PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK MENGEDUKASI GEN
Z TENTANG PERAN *LUXURY BAG* DALAM PEMBENTUKAN
IDENTITAS SOSIAL**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam proses penulisan dan penelitian ini, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 23 Januari 2026



Alicia Dindya Djohan

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alicia Dindya Djohan
NIM : 00000068193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Judul Laporan : Perancangan Kampanye Digital untuk Mengedukasi Gen Z
tentang *Peran Luxury Bag* dalam Pembentukan Identitas Sosial.

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Project~~ Tugas Akhir sebagai berikut :

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☒ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Saya mengakui bahwa saya telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 23 Januari 2026

Yang Menyatakan,



Alicia Dindya Djohan

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK MENGEDUKASI GEN Z TENTANG PERAN *LUXURY BAG* DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL

Oleh
Nama Lengkap : Alicia Dindya Djohan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Jumat, 9 Januari 2026
Pukul 15.15 s.d. 16.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr.Sn. Yusup Sigit Martyastiadi, S.T., M.Inf.Tech.
0319037807/ 023902

Penguji

Ester Anggun Kusumaningtyas, S.Sn., M.Ds.
0325039401/ 077724

Pembimbing

Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds.
0308078801/ 034812

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.
0311099302/ 043487

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Alicia Dindya Djohan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068193
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jenjang : ~~D3~~/ S1/ ~~S2~~
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN KAMPANYE
DIGITAL UNTUK MENGEKEDUKASI GEN
Z TENTANG PENGARUH *LUXURY BAG*
DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS
SOSIAL

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/ Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/ konferensi nasional/ internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 23 Januari 2026



Alicia Dindya Djohan

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya yang memungkinkan penyusunan Proposal Tugas Akhir ini selesai tepat waktu. Proposal ini disusun sebagai Tugas Akhir Studi Desain Komunikasi Visual Angkatan 2022 dengan judul "Perancangan Kampanye Digital Untuk Mengedukasi Gen Z Tentang Peran *Luxury Bag* Dalam Pembentukan Identitas Sosial", yang bertujuan menganalisis pengaruh tas mewah dalam pembentukan identitas sosial, khususnya bagi Generasi Z di Indonesia.

1. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
4. Lalitya Talitha Pinasthika, M.Ds. selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Galaxy beserta sahabat-sahabat saya yang telah memberika dukungan serta bantuan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Saudara dan saudari Audrea, Glory, Tania dan Michael yang telah membantu memulihkan progres tugas akhir saya.

Semoga karya ilmiah ini mampu membantu Generasi Z berpikir kritis dalam pandangan terhadap makna *Luxury Bag* dalam konteks sosial.

Tangerang, 23 Januari 2026



Alicia Dindya Djohan

PERANCANGAN KAMPANYE DIGITAL UNTUK MENGEDUKASI GEN Z TENTANG PERAN *LUXURY BAG* DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS SOSIAL

(Alicia Dindya Djohan)

ABSTRAK

Industri mode, khususnya tas mewah, telah menjadi simbol status sosial yang signifikan di kalangan Generasi Z di Indonesia, terutama karena pengaruh media sosial dalam membentuk citra diri. Tas mewah kini tidak hanya dipandang sebagai aksesoris, tetapi juga sebagai bagian dari identitas sosial yang lebih luas. Namun, banyak konsumen Gen Z yang terburu-buru membeli tas mewah, menciptakan pola konsumtif yang sering kali mengakibatkan ketidak-seimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Meskipun sudah ada banyak informasi yang mengingatkan tentang fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*), belum ada tindakan konkret untuk menanggulangi masalah ini. Sehingga dilakukan perancangan kampanye digital *'Beyond The Label'*, yang mengedukasi Gen Z di Indonesia mengenai peran tas mewah dalam pembentukan identitas sosial, serta mendorong mereka untuk lebih kritis dalam pengambilan keputusan konsumsi. Kampanye yang berjalan selama 3 bulan ini dapat memberikan wawasan tentang tas mewah sebagai simbol status sekaligus bagian dari identitas sosial, serta membantu konsumen Gen Z membuat keputusan yang lebih bijak dan seimbang dalam membeli produk mewah. Dengan pendekatan berbasis media sosial dengan media utama Instagram yang memiliki konten dan desain yang disesuaikan dengan persepsi Gen Z, sehingga menjadi alat untuk mengubah persepsi dan perilaku mereka terhadap barang mewah. Hasil *Beta Test* menunjukkan bahwa pesan kampanye ini sudah tercapai dengan saran dan masukan terakut dengan tahapan AISAS.

Kata kunci: Kampanye Digital, *Luxury Bag*, Identitas Sosial

***DESIGNING A DIGITAL CAMPAIGN TO EDUCATE GEN Z
ABOUT THE ROLE OF LUXURY BAG IN SOCIAL IDENTITY
FORMATION***

(Alicia Dindya Djohan)

ABSTRACT (English)

The fashion industry, particularly luxury bags, has become a significant symbol of social status among Generation Z in Indonesia, largely due to the influence of social media in shaping self-image. Luxury bags are now seen not just as accessories, but also as part of a broader social identity. However, many Gen Z consumers are rushing to buy luxury bags, creating a consumerist pattern that often leads to an imbalance between income and expenses. Despite the abundance of information warning about the FOMO (Fear of Missing Out) phenomenon, there has been no concrete action to address this issue. Therefore, the digital campaign 'Beyond The Label' was designed to educate Gen Z in Indonesia about the role of luxury bags in shaping social identity and encourage them to be more critical in their consumption decisions. This three-month campaign can provide insights into luxury bags as status symbols and part of social identity, as well as help Gen Z consumers make wiser and more balanced decisions when purchasing luxury products. With a social media-based approach, primarily using Instagram, which has content and designs tailored to Gen Z's perceptions, making it a tool to change their perceptions and behavior toward luxury goods. The results of the Beta Test indicate that the campaign message has been achieved, with suggestions and feedback related to the AISAS stages.

Keywords: *Digital Campaign, Luxury Bag, Social Identity*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (ENGLISH)</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Tugas Akhir	3
1.5 Manfaat Tugas Akhir	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Kampanye.....	5
2.2 Teori Desain.....	11
2.2.1 <i>Visual Rethoric</i>	11
2.2.2 Warna	12
2.2.3 Tipografi	15
2.2.4 Ilustrasi	18
2.2.5 <i>Grid</i>	20
2.2.6 Fotografi	21
2.3 <i>Luxury Value</i>	23
2.3.1 <i>Luxury Brand</i>	23

2.3.2 Persepsi Konsumen.....	24
2.3.3 Jenis-Jenis Barang Mewah	25
2.4 Identitas Sosial	27
2.4.1 Teori Dimensi Sosial	27
2.4.2 Teori Efek Bandwagon	28
2.5 Penelitian Relevan.....	28
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	33
3.1 Subjek Perancangan	33
3.2 Metode dan Prosedur Perancangan	34
3.2.1 Orientasi	35
3.2.2 Analisa	35
3.2.3 Konsep.....	35
3.2.4 Desain	36
3.2.5 Implementasi	36
3.3 Teknik dan Prosedur Perancangan.....	36
3.3.1 Metode Kualitatif.....	37
3.3.2 Metode Kuantitatif	44
3.3.3 Studi Eksisting.....	49
3.3.4 Studi Referensi	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN	51
4.1 Hasil Perancangan	50
4.1.1 Orientasi	51
4.1.2 Analisa.....	77
4.1.3 Konsep.....	99
4.1.4 Desain	110
4.1.5 Implementasi	207
4.1.6 Kesimpulan Perancangan	216
4.2 Pembahasan Perancangan	217
BAB V PENUTUP.....	235
5.1 Kesimpulan.....	236
5.2 Saran	236

DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN.....	xxiv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Relevan.....	28
Tabel 3.1 Pertanyaan Kuisisioner	45
Tabel 4.1 Tabel SWOT Studi Eksisting.....	79
Tabel 4.2 Tabel SWOT Studi Eksisting.....	83
Tabel 4.3 Tabel SWOT Studi Referensi	86
Tabel 4.4 Tabel SWOT Studi Referensi	90
Tabel 4.5 Tabel SWOT Studi Referensi	92
Tabel 4.6 Tabel AISAS <i>Attention</i>	102
Tabel 4.7 Tabel AISAS <i>Interest</i>	103
Tabel 4.8 Tabel AISAS <i>Search</i>	104
Tabel 4.9 Tabel AISAS <i>Action</i>	105
Tabel 4.10 Tabel AISAS <i>Share</i>	106
Tabel 4.11 Tabel <i>Caption Instagram</i> 1-3	116
Tabel 4.12 Tabel <i>Caption Instagram</i> 4	117
Tabel 4.13 Tabel <i>Caption Instagram</i> 5	118
Tabel 4.14 Tabel <i>Caption Instagram</i> 6	119
Tabel 4.15 Tabel <i>Caption Instagram</i> 7	120
Tabel 4.16 Tabel <i>Caption Instagram</i> 8	122
Tabel 4.17 Tabel <i>Caption Instagram</i> 9	123
Tabel 4.18 Tabel <i>Caption Instagram</i> 10, 11 & 12	136
Tabel 4.19 Tabel <i>Caption Instagram</i> 13	138
Tabel 4.20 Tabel <i>Caption Instagram</i> 14	139
Tabel 4.21 Tabel <i>Caption Instagram</i> 15	140
Tabel 4.22 Tabel <i>Caption Instagram</i> 16	142
Tabel 4.23 Tabel <i>Caption Instagram</i> 17	143
Tabel 4.24 Tabel <i>Caption Instagram</i> 18	144
Tabel 4.25 Tabel <i>Caption Instagram</i> 19, 20 & 21	154
Tabel 4.26 Tabel <i>Caption Instagram</i> 22, 23 & 24	157
Tabel 4.27 Tabel <i>Caption Instagram</i> 25	159
Tabel 4.28 Tabel <i>Caption Instagram</i> 26	160
Tabel 4.29 Tabel <i>Caption Instagram</i> 27	161
Tabel 4.30 Tabel <i>Caption Instagram</i> 28, 29 & 30	175
Tabel 4.31 Tabel <i>Caption Instagram</i> 31, 32 & 33	177
Tabel 4.32 Tabel <i>Caption Instagram</i> 34, 35 & 36	178
Tabel 4.33 Tabel <i>Caption Instagram</i> 37, 38 & 39	185
Tabel 4.34 Tabel <i>Caption Instagram</i> 40	181
Tabel 4.35 Tabel <i>Caption Instagram</i> 41	182
Tabel 4.36 Tabel <i>Caption Instagram</i> 42	183
Tabel 4.37 Tabel <i>Caption Instagram</i> 43, 44 & 45	201
Tabel 4.38 Tabel <i>Caption Instagram</i> 46, 47 & 48	203
Tabel 4.39 Tabel <i>Budgeting</i>	234

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perancangan Kampanye Sosial <i>Surviving Toxic Relationship</i>	6
Gambar 2.2 <i>Global Social Media Statistics Research Summary 2025</i>	7
Gambar 2.3 Memahami AISAS	8
Gambar 2.4 <i>Ads Cut A Tree</i>	12
Gambar 2.5 Roda Warna Modern	13
Gambar 2.6 Model Warna RGB.....	14
Gambar 2.7 Tiga Tipe Font.....	16
Gambar 2.8 <i>Types Of Illustration Style</i>	18
Gambar 2.9 <i>Grid Systems</i>	20
Gambar 2.10 <i>LA Fashion Photographer</i>	22
Gambar 2.11 <i>Luxury Bags Pyramid</i>	24
Gambar 4.1 Data Jenis Kelamin Responden.....	64
Gambar 4.2 Data Umur Responden	64
Gambar 4.3 Data Status Pekerjaan Responden	65
Gambar 4.4 Data Pendapatan Bulanan Responden.....	65
Gambar 4.5 Data Mengikuti Tren Fashion	66
Gambar 4.6 Data Tas Mewah Sebagai Status Sosial	66
Gambar 4.7 Data Pengaruh Kepemilikan <i>Luxury Bags</i>	67
Gambar 4.8 Data Teman Sebaya yang Melihat Nilai Prestise	67
Gambar 4.9 Data Ekspresi Diri Melalui <i>Luxury Bags</i>	68
Gambar 4.10 Data Kepercayaan Diri	69
Gambar 4.11 Data Kebanggaan Diri.....	69
Gambar 4.12 Data Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Pembelian.....	70
Gambar 4.13 Data Adanya Tekanan Sosial	70
Gambar 4.14 Data Pengaruh Konten Influencer	71
Gambar 4.15 Data Ketersediaan Menggunakan Tabungan Darurat	72
Gambar 4.16 Data Rela Berhutang Untuk <i>Luxury Bag</i>	72
Gambar 4.17 Data Penundaan Kebutuhan Lain.....	73
Gambar 4.18 Data Pengeluaran Sebanding Dengan Kepuasan	74
Gambar 4.19 Data Kepuasan Emosional	74
Gambar 4.20 Data Makna <i>Luxury Bags</i>	75
Gambar 4.21 Triangulasi Data	77
Gambar 4.22 Konten <i>Tiktok @borassaem</i>	79
Gambar 4.23 Konten <i>Instagram @bloom_and_build</i>	80
Gambar 4.24 Konten <i>Instagram @fashionispsychology</i>	81
Gambar 4.25 Konten <i>Instagram @terra._fix</i>	82
Gambar 4.26 <i>Instagram @abhati_studio</i>	86
Gambar 4.27 <i>Instagram @atelier_de_lumen</i>	88
Gambar 4.28 <i>Instagram @manu_atelier</i>	89
Tangkapan Layar 4.29 Artikel ' <i>LA Is Over There</i> '	92
Gambar 4.30 Logo <i>Youth Finance Indonesia</i>	94
Gambar 4.31 User Persona Vina Puspitasari	94
Gambar 4.32 User Persona Indah Lestari	95

Gambar 4.33 User Persona Adeline Ayu	96
Gambar 4.34 <i>User Journey</i>	97
Gambar 4.35 <i>Mindmap</i>	98
Gambar 4.36 Kata Kunci.....	101
Gambar 4.37 <i>Big Idea</i> dan <i>Tone of Voice</i>	101
Gambar 4.38 <i>Timeline AISAS</i>	107
Gambar 4.39 <i>Mood Board</i>	106
Gambar 4.40 <i>Color Palette</i>	106
Gambar 4.41 <i>Typeface</i>	110
Gambar 4.42 Desain Alternatif Logo.....	111
Gambar 4.43 <i>Logo Beyond The Label</i>	112
Gambar 4.44 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i>	115
Gambar 4.45 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 1.....	116
Gambar 4.46 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 2.....	117
Gambar 4.47 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 2.1.....	118
Gambar 4.48 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 2.2.....	119
Gambar 4.49 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 3.....	120
Gambar 4.50 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 3.1.....	121
Gambar 4.51 Desain <i>Instagram</i> Tahap <i>Attention</i> Row 3.2.....	123
Gambar 4.52 Desain <i>Instagram Story</i> Tahap <i>Attention</i>	124
Gambar 4.53 Desain <i>Instagram Story</i> 1	125
Gambar 4.54 Desain <i>Instagram Story</i> 2	125
Gambar 4.55 Desain <i>Instagram Story</i> 3 & 4.....	126
Gambar 4.56 Video <i>TikTok Attention</i> ‘Gaya Nomor Satu, Nyaman Kesekian’ ..	127
Gambar 4.57 Video <i>TikTok Attention</i> ‘Smart Girls Know When To Stop’	128
Gambar 4.58 Video <i>TikTok Attention</i> ‘Bandwagon Effect’	130
Gambar 4.59 Iklan Transportasi Umum KRL PID	132
Gambar 4.60 Iklan Transportasi Umum KRL <i>Ceilling Panel</i>	133
Gambar 4.61 Iklan Transportasi Umum Halte Bus.....	133
Gambar 4.62 <i>Instagram Feeds</i> Tahap <i>Interest</i>	135
Gambar 4.63 <i>Instagram Feeds</i> 10, 11 & 12.....	135
Gambar 4.64 <i>Instagram Feeds</i> 13.....	137
Gambar 4.65 <i>Instagram Feeds</i> 14.....	139
Gambar 4.66 <i>Instagram Feeds</i> 15.....	140
Gambar 4.67 <i>Instagram Feeds</i> 16.....	141
Gambar 4.68 <i>Instagram Feeds</i> 17.....	142
Gambar 4.69 <i>Instagram Feeds</i> 18.....	144
Gambar 4.70 <i>Instagram Story</i> Tahap <i>Interest</i>	145
Gambar 4.71 <i>Instagram Story</i> Tahap <i>Interest</i> 1	146
Gambar 4.72 <i>Instagram Story</i> Tahap <i>Interest</i> 2, 3 & 5.....	146
Gambar 4.73 <i>Instagram Story</i> Tahap <i>Interest</i> 4.....	147
Gambar 4.74 Video <i>TikTok</i> Tahap <i>Interest</i> 1	148
Gambar 4.75 Video <i>TikTok</i> Tahap <i>Interest</i> 2.....	149
Gambar 4.76 Video <i>TikTok</i> Tahap <i>Interest</i> 3.....	150
Gambar 4.77 <i>Instagram Feeds</i> Tahap <i>Search</i>	151
Gambar 4.78 <i>Instagram Feeds</i> 19, 20 & 21	152

Gambar 4.79 <i>Instagram Feeds</i> 19	152
Gambar 4.80 <i>Instagram Feeds</i> 20	153
Gambar 4.81 <i>Instagram Feeds</i> 21	154
Gambar 4.82 <i>Instagram Feeds</i> 22, 23 & 24	155
Gambar 4.83 <i>Instagram Feeds</i> 22	156
Gambar 4.84 <i>Instagram Feeds</i> 23	156
Gambar 4.85 <i>Instagram Feeds</i> 24	157
Gambar 4.86 <i>Instagram Feeds</i> 25	158
Gambar 4.87 <i>Instagram Feeds</i> 26	163
Gambar 4.88 <i>Instagram Feeds</i> 27	161
Gambar 4.89 <i>Instagram Story Tahap Search</i>	162
Gambar 4.90 <i>Instagram Story Tahap Search</i> 1	163
Gambar 4.91 <i>Instagram Story Tahap Search</i> 2	163
Gambar 4.92 <i>Instagram Story Tahap Search</i> 3	164
Gambar 4.93 <i>Instagram Story Tahap Search</i> 4	165
Gambar 4.94 <i>Flowchart Microsite</i>	166
Gambar 4.95 <i>Mockup Microsite</i>	166
Gambar 4.96 <i>Homepage Microsite</i>	167
Gambar 4.97 Halaman ' <i>Beginning</i> ' Microsite	168
Gambar 4.98 Halaman ' <i>Next Step</i> ' Microsite	169
Gambar 4.99 Halaman ' <i>Challenge</i> ' Microsite	170
Gambar 4.100 Halaman ' <i>About Us</i> ' Microsite	172
Gambar 4.101 <i>Mockup Iklan Transportasi Umum</i>	173
Gambar 4.102 <i>Desain Iklan Transportasi Umum Tahap Search</i>	173
Gambar 4.103 <i>Instagram feeds Tahap Action</i>	174
Gambar 4.104 <i>Instagram feeds</i> 28, 29 & 30	175
Gambar 4.105 <i>Instagram feeds</i> 31, 32 & 33	176
Gambar 4.106 <i>Instagram feeds</i> 34, 35 & 36	178
Gambar 4.107 <i>Instagram feeds</i> 37, 38 & 39	179
Gambar 4.108 <i>Instagram feeds</i> 40	180
Gambar 4.109 <i>Instagram feeds</i> 41	181
Gambar 4.110 <i>Instagram feeds</i> 42	183
Gambar 4.111 <i>Instagram story week 1 Tahap Action</i>	184
Gambar 4.112 <i>Instagram story week 2 Tahap Action</i>	185
Gambar 4.113 <i>Instagram story week 3 Tahap Action</i>	186
Gambar 4.114 <i>Instagram story week 4 Tahap Action</i>	186
Gambar 4.115 <i>Instagram story reminder Tahap Action</i>	187
Gambar 4.116 <i>Video Tiktok Action 'Beyond The Label : The 31-Day</i>	188
Gambar 4.117 <i>Video Tiktok Action 'Beyond The Label Special Gathering'</i>	189
Gambar 4.118 <i>Poster Seminar Beyond The Label</i>	190
Gambar 4.119 <i>Cover Google Form Seminar Beyond The Label</i>	191
Gambar 4.120 <i>Backdrop Seminar Beyond The Label</i>	192
Gambar 4.121 <i>X-banner Seminar Beyond The Label</i>	192
Gambar 4.122 <i>PDF Journal Seminar Beyond The Label</i>	193
Gambar 4.123 <i>Cover Google Form Beyond The Label Gathering</i>	195
Gambar 4.124 <i>Backdrop Beyond The Label Gathering</i>	195

Gambar 4.125 <i>X-banner Beyond The Label Gathering</i>	196
Gambar 4.126 <i>Guest Book Beyond The Label Gathering</i>	197
Gambar 4.127 <i>Sticker Beyond The Label Gathering</i>	197
Gambar 4.128 <i>Congratulations Letter Beyond The Label Gathering</i>	198
Gambar 4.129 <i>Table Number Beyond The Label Gathering</i>	198
Gambar 4.130 <i>Name card Beyond The Label Gathering</i>	199
Gambar 4.131 <i>Photobooth Beyond The Label Gathering</i>	199
Gambar 4.132 <i>Instagram Feeds Tahap Search</i>	200
Gambar 4.133 <i>Instagram Feeds 46, 47 & 48</i>	202
Gambar 4.134 <i>Instagram Story Tahap Share 1</i>	204
Gambar 4.135 <i>Instagram Story Tahap Share 2</i>	205
Gambar 4.136 <i>Merchandise Twilly</i>	206
Gambar 4.137 Implementasi <i>Instagram Feeds</i>	207
Gambar 4.138 Implementasi <i>Instagram Story</i>	208
Gambar 4.139 Implementasi <i>Tiktok</i>	215
Gambar 4.140 Implementasi Iklan Transportasi Umum	216
Gambar 4.141 Implementasi <i>Microsite</i>	216
Gambar 4.142 Implementasi <i>Cover Google Form</i>	217
Gambar 4.143 Implementasi <i>Backdrop</i>	217
Gambar 4.144 Implementasi <i>X-banner</i>	218
Gambar 4.145 Implementasi <i>PDF File</i>	218
Gambar 4.146 Implementasi <i>Guest Book</i>	219
Gambar 4.147 Implementasi <i>Table Number</i>	219
Gambar 4.148 Implementasi <i>Sticker</i>	220
Gambar 4.149 Implementasi Surat	220
Gambar 4.150 Implementasi <i>Name card</i>	220
Gambar 4.151 Implementasi <i>Photo-strip</i>	221
Gambar 4.152 Implementasi <i>Photobooth</i>	221
Gambar 4.153 Implementasi <i>Merchandise</i>	222
Gambar 4.154 <i>Beta Test Narasumber 1</i>	224
Gambar 4.155 Analisa <i>Instagram Post</i>	221
Gambar 4.156 Analisa <i>Instagram Story</i>	226
Gambar 4.157 Analisa <i>Tiktok</i>	227
Gambar 4.158 Analisa Iklan Transportasi Umum	227
Gambar 4.159 Analisa <i>Microsite</i>	228
Gambar 4.160 Analisa <i>Cover Google Form</i>	228
Gambar 4.161 Analisa <i>Backdrop</i>	228
Gambar 4.162 Analisa <i>X-banner</i>	229
Gambar 4.163 Analisa <i>PDF File</i>	229
Gambar 4.164 Analisa <i>Guest Book</i>	229
Gambar 4.165 Analisa <i>Table Number</i>	230
Gambar 4.166 Analisa <i>Sticker</i>	230
Gambar 4.167 Analisa Surat	231
Gambar 4.168 Analisa <i>Namecard</i>	231
Gambar 4.169 Analisa <i>Photo Strip</i>	232
Gambar 4.170 Analisa <i>Merchandise</i>	232

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Persentase Turnitin.....	243
Lampiran 2. Form Bimbingan & Spesialis	245
Lampiran 3. <i>Non-Disclosure Agreement</i>	246
Lampiran 4. Hasil Kuesioner	250
Lampiran 5. Transkrip Wawancara.....	264
Lampiran 6. Dokumentasi.....	293

